

Si sono appena conclusi i Bridgestone Vip Days, una serie di eventi esclusivi che hanno coinvolto il network di rivenditori Bridgestone nei mesi di giugno e luglio.

Oltre 650 sono gli ospiti che hanno partecipato ai Vip Days, e hanno avuto l'opportunità di confrontarsi con il team Bridgestone in un importante momento di aggregazione e aggiornamento sulle novità in arrivo il prossimo anno.

Dall'approccio e visione strategica di Bridgestone, che con E8 Commitment mette ancora più al centro la sostenibilità, alle new entry di prodotto, con un focus sulla gamma ultra-high performance e tutte le novità e iniziative di marketing che caratterizzeranno il 2023.

I partecipanti inoltre hanno potuto vivere una esperienza di guida adrenalinica a bordo di supercar e testare in prima persona le straordinarie prestazioni di **Potenza Race**, il nuovo pneumatico dedicato alla pista per tutti gli appassionati di motorsport.

Oltre 200 ospiti appartenenti alla **Rete First Stop** sono stati invitati nell'incantevole cornice di Valencia, mettendosi alla guida di alcune iconiche vetture sportive come Ferrari 488 e Lamborghini Huracan EVO presso il circuito Riccardo Tormo.

Anche **Area Bridgestone** e **Bridgestone Partner** hanno goduto di una indimenticabile driving experience nel corso degli eventi a loro dedicati nelle giornate dal 2 al 10 luglio, presso l'Autodromo del Levante a Binetto. Anche in questa occasione, i Rivenditori hanno potuto vivere una esperienza esclusiva a bordo di super car selezionate ed equipaggiate con i nuovi pneumatici Bridgestone Potenza Race.

I rivenditori sono stati invitati anche a visitare l'impianto produttivo Bridgestone di Bari, per scoprire come vengono realizzati i pneumatici Bridgestone (tra cui i pneumatici della gamma Potenza).

Infine circa 150 ospiti appartenenti al network **Bridgestone Partner Autocarro** provenienti dai paesi dell'Est Europa sono stati invitati a trascorrere 4 giorni in Spagna a Barcellona in cui sono stati coinvolti in esperienze premium e hanno potuto rilassarsi insieme al Team Bridgestone.

Bridgestone ha da tempo avviato un percorso che la vede in prima linea nella proposta di soluzioni digitali dedicate ai rivenditori: durante i Bridgestone Vip Days i partecipanti hanno potuto scoprire le ultime novità di **Bekube**, l'applicativo che consente al rivenditore di gestire in maniera smart e digitale il suo punto vendita.

In qualità azienda leader nelle soluzioni sostenibili per la mobilità, Bridgestone ha inoltre condiviso la propria roadmap per lo sviluppo di **Mobox**, il primo service pack a sottoscrizione mensile per pneumatici e servizi auto dedicato al consumatore finale e ha potuto illustrare i vantaggi di **Fleetcare**, una soluzione integrata per la gestione di pneumatici e flotte progettata per incrementare il business delle flotte professionali.

*“La nostra società sta cambiando profondamente, così come le esigenze e le aspettative dei nostri clienti finali. La nostra priorità strategica di Bridgestone è quella di offrire prodotti e soluzioni sempre più efficienti, efficaci e sostenibili”, commenta **Elena Mugione**, Responsabile Brand & Trade Marketing di Bridgestone EMEA South Region. “Nel corso dei Bridgestone Vip Days abbiamo avuto modo di ribadire ai nostri partner e rivenditori la centralità del loro ruolo in questo contesto e la volontà di Bridgestone di continuare a crescere insieme a loro.”*

© riproduzione riservata pubblicato il 4 / 08 / 2022